



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
SECRETARIA DA SEGURANÇA PÚBLICA E ADMINISTRAÇÃO PENITENCIÁRIA
SUPERINTENDÊNCIA DA ACADEMIA ESTADUAL DE SEGURANÇA PÚBLICA**

CAPITÃO MÁRCIO FERREIRA LEITE

**REDES SOCIAIS E MÍDIAS SOCIAIS CONTEMPORÂNEAS UTILIZADAS
NO 2º BATALHÃO PMGO RIO VERDE – GO, NO PERÍODO DE OUTUBRO DE
2016 E OUTUBRO DE 2017.**

**GOIÂNIA
2017**

CAPITÃO MÁRCIO FERREIRA LEITE

Artigo apresentado ao CEGESP2017, da Secretaria de Segurança Pública e Administração Penitenciária, em cooperação técnica, com a Universidade Estadual de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Segurança Pública.

Orientador: TENENTE CORONEL AMILTON DE SOUZA CONCEIÇÃO.

Data da Aprovação: ____ / ____ / ____

Prof: Esp: Tenente Coronel BM Amilton de Souza Conceição

Prof. (a) Titulação (nome do avaliador)

Prof. (a) Titulação (nome do avaliador)

GOIÂNIA

2017

REDES SOCIAIS E MÍDIAS SOCIAIS CONTEMPORÂNEAS UTILIZADAS NO 2º BATALHÃO PMGO RIO VERDE – GO, NO PERÍODO DE OUTUBRO DE 2016 E OUTUBRO DE 2017.

Marcio Ferreira Leite ¹

RESUMO

Este estudo objetiva compreender, como a Polícia Militar de Rio Verde - Goiás pode se beneficiar das redes sociais, para potencializar a interlocução com a sociedade e aprimorar o seu trabalho, gerando valor público. Propõe-se uma nova postura por parte da Polícia Militar, no sentido de interagir nas redes sociais, a fim de identificar o perfil dos internautas/cidadãos, observando os seus anseios e principalmente trocando informações, com a comunidade. Foram considerados fatores como a evolução da visão, sobre o trabalho policial voltado, para a área de segurança, evolução esta motivada, pela inserção de conceitos voltados, para o pleno exercício da cidadania, para a necessidade de colaboração social nas atividades estatais, como caminho, para atingir as necessidades das pessoas e a realização do trabalho dos órgãos estatais, bem como a forma, que este envolvimento social tem se dado, no contexto recente da Polícia Militar local, analisada a partir de seus exemplos operacionais observados no campo da segurança. Deste modo, a indicação de uma terminologia própria, para o momento de envolvimento desses conceitos, no campo da segurança, agregando ferramentas e conceitos voltados a Governança Pública e a utilização das redes sociais, no contexto nacional, reúne características próprias, para uma boa comunicação, com a população. Constata-se que, em se tratando de comunicar o trabalho da polícia e a sua atuação, junto a comunidade, as mídias sociais são de grande valia, para que o cidadão se torne mais próximo, da corporação.

Palavras-chave: Redes sociais. Estratégia. Colaboração. Polícia Militar. Interlocução. WhatsApp. Prevenção.

ABSTRACT

This study aims to understand how the Rio Verde Military Police - Goiás can benefit from social networks, to enhance the interlocution with society and improve its work, generating public value. It is proposed a new stance by the Military Police, in order to interact in social networks, in order to identify the profile of Internet users / citizens, capture their wishes and mainly exchange information with the community. Factors such as the evolution of the vision of police work focused on the area of security have been considered. This evolution is motivated by the insertion of concepts aimed

¹ Capitão da Polícia Militar de Rio Verde – Goiás.

at the full exercise of citizenship, the need for social collaboration in state activities, as a way to achieve the needs of the people and the achievement of the work of state organs, as well as the way in which this social involvement has taken place, in the recent context of the local Military Police, analyzed from its operational examples observed in the field of security. In this way, the indication of a terminology specific to the moment of involvement of these concepts in the field of security, adding tools and concepts for Public Governance and the use of social networks through the WhatsApp application, is very much seen, because being this application has greater scope in the national context and has its own characteristics for good communication with the population. It is noticed that when it comes to communicating the work of the police and its work, together with the community, social media is of great value, so that the citizen becomes closer to the corporation.

Keywords: Social networks. Strategy. Collaboration. Military police. Interlocution. WhatsApp. Prevention.

INTRODUÇÃO

A produção deste trabalho tem como intenção conhecer de forma mais clara as Redes Sociais e Mídias Sociais Contemporâneas, para que possamos trazer melhorias na difusão do serviço operacional e administrativo da Unidade em comento, alcançando sim os anseios de uma sociedade cada dia mais competitiva e que tem sede por informações.

Diante disso este artigo tentará responder ao seguinte questionamento: Quais Redes Sociais e Mídias Sociais Contemporâneas são utilizadas no 2º Batalhão PMGO (Rio Verde – GO)? Assim encontrou-se como hipótese a ideia de que as Redes Sociais e Mídias Sociais Contemporâneas trazem possivelmente grande viabilidade e difusão, na divulgação do trabalho da Unidade Militar, pois aproxima o público do trabalho da policia, transmitindo aos mesmos, mais segurança e estabilidade. As Redes Sociais e Mídias Sociais Contemporâneas são auspícios para aferição e acompanhamento da atividade de Segurança Pública.

E como objetivo geral, este trabalho analisa os procedimentos para uma divulgação eficaz e rápida do trabalho do 2º Batalhão PMGO (Rio Verde – GO), a partir das Redes e Mídias Sociais e tendo como objetivos Específicos: Especificar as funções das Redes Sociais e Mídias Sociais Contemporâneas utilizadas no 2º Batalhão PMGO (Rio Verde – GO) e Apresentar elementos que constituem vantagem na utilização das redes sociais como forma de potencializar a interlocução da PMGO local com a sociedade, quando comparado com outras estratégias empregadas pela Corporação. Como objetivo secundário deste trabalho está o de delimitar padrão de utilização de redes sociais pela Corporação, com vistas à aplicação desta como ferramenta institucional.

Portanto, as Redes Sociais e Mídias Sociais Contemporâneas trazem possivelmente grande viabilidade, interatividade e difusão, na divulgação do trabalho da Unidade Militar em comento e são auspícios para aferição e acompanhamento da atividade de Segurança Pública da Unidade.

1 SEGURANÇA PÚBLICA

1.1 Desenvolvimento

Segundo De carvalho (2011) a qualidade da ação governamental depende cada vez mais de políticas públicas, que busquem satisfazer as necessidades da sociedade, com a respectiva melhoria, na prestação dos seus serviços, tendo essa mesma sociedade como parceira, em todas as fases do processo de estabelecimento e execução dessas políticas.

Segurança, no contexto público, se traduz em um conjunto de ações preventivas e repressivas levadas a cabo pelo Estado, de modo a garantir a ordem pública. Não compreende uma ação isolada, mas um conjunto de ações desencadeadas, por diversos órgãos, envolvendo instrumentos de prevenção, coação, justiça, defesa dos direitos, saúde e social. Essas ações são influenciadas pela estratégia estabelecida, ainda que não formalmente, mas que tem peso e se irradia, por todo o campo, com imediato reflexo, no trabalho das organizações, que compartilham de uma mesma visão, em uma determinada época, estabelecendo momentos paradigmáticos (KUHN, 2003).

O histórico distanciamento existente entre a sociedade e as forças de segurança não tem permitido a solução de problemas sociais ligados à segurança, que por sua vez se encontram sob amplo espectro e cada vez mais complexos (GUERRA et al, 2008).

1.2 A Segurança Preventiva

No campo da segurança preventiva o foco de solução esteve por muito tempo voltado, para o trabalho operacional nas ruas e, há pouco tempo, notadamente no contexto local do Estado do de Goiás, verifica-se a influência decisiva de outras questões, como a aproximação e o envolvimento social, para o sucesso do trabalho policial.

Inovações tecnológicas, marcadas pela utilização de aparelhos eletrônicos com grande capacidade computacional, aliados ao uso crescente da internet; tem provocado uma reestruturação desta capacidade associativa, nas “redes sociais”, que são conglomerados de pessoas conectadas, umas às outras, por meio de instrumentos computacionais, quando esses laços de conexão estão expandidos, formam uma grande rede, possibilitando a realização de atividades, em grupo, com a intervenção de cada ator desta rede, em colaboração com o outro; sendo exemplos aplicados dessas redes, programas como: Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, entre outros.

A PMGO já possui algumas experiências de utilização das redes sociais, recentemente pelo Facebook, onde mantém uma Fanpage com informações aos públicos interno e externo, e têm sido observado iniciativas pontuais de Unidades da Corporação, na utilização do aplicativo WhatsApp, com relatos de resultados positivos em estabelecer contato com a sociedade, e obter resultados em produção policial, evitando informações erradas e equivocadas das ações policiais (BBC, 2015).

De acordo com Martins & Marini (2014), observa-se que uma política pública em nível institucional deve ser iniciada por estudo de viabilidade, onde se pode identificar e avaliar os elementos norteadores de sua aplicação, bem como acompanhar seus resultados e o impacto social produzido.

Segurança, no contexto público, se traduz em um conjunto de ações preventivas e repressivas levadas a cabo pelo Estado, de modo a garantir a ordem pública. Não compreende uma ação isolada, mas um conjunto de ações desencadeadas por diversos órgãos, envolvendo instrumentos de prevenção, coação, justiça, defesa dos direitos, saúde e social.

Essas ações são influenciadas pela estratégia estabelecida, ainda que não formalmente, mas que tem peso e se irradia por todo o campo, com imediato reflexo no trabalho das organizações, que compartilham de uma mesma visão, em uma determinada época, estabelecendo momentos dados à complexidade que o tema segurança pública suscita no Brasil, rapidamente está se desenvolvendo o consenso de que a polícia é apenas uma das agências encarregadas do controle da

criminalidade e violência que, em muitas situações, sequer é a mais importante (BEATO, 1999).

Freire (2009), analisando o panorama nacional a partir do período de governo militar de 1964 até o momento conjuntural, identifica três momentos: Segurança Nacional, Segurança Pública e Segurança Cidadã, analisadas sob as seguintes propriedades: Os paradigmas analisados não são estanques [...] transformações podem indicar a transição para um novo paradigma. No entanto, alguns traços mais marcantes – que podem ser aqui denominados de núcleos paradigmáticos – permitem identificá-los e diferenciá-los de outros com características distintas. Os paradigmas não são excludentes. [...] podem coexistir em determinado período. [...] transições entre paradigmas se aproximam mais de um processo do que de uma brusca ruptura.

Em escala temporal e distribuição geográfica. O histórico dos paradigmas no país influencia as características das políticas públicas de Segurança subsequentes. Um paradigma não é uma política pública. [...] podem, sim, influenciar a sua formulação ou indicar possíveis tendências (FREIRE, 2009).

1.3 Definição de Mídias Sociais e Redes Sociais

Ao se falar sobre Mídias apresenta-se a sua definição: “A mídia social é um lugar em que todas as empresas querem estar. Com ela, é possível desenvolver técnicas e campanhas para alavancar o seu negócio na internet.” (CARDOSO, p.01, 2016).

A autora ainda apresenta a definição de rede social:

O termo rede social, ou então “relationship site” (site de relacionamento), deixa mais do que claro em seu nome de que se trata de um espaço criado na internet onde os usuários ficam conectados em grupos, como, por exemplo, as comunidades do falecido Orkut, as listas do Twitter, dentre outras opções que você deve conhecer. Esses espaços criados são acessados por internautas que procuram informações, precisam esclarecer dúvidas, estão ali para se distrair e fazer novas amizades ou, até mesmo, procuram algo mais sério, pois, acredite, muitos relacionamentos surgem por meio dessas redes sociais (CARDOSO, p.01, 2016).

Diante do exposto observa-se que as Redes Sociais e Mídias Sociais Contemporâneas são meios de interatividade e de comunicação recentes, no aspecto tecnológico, que contribuem, para que as pessoas possam se informarem e interagirem açodadamente, nos dias atuais, desta forma, este tema contribuirá ao meu desenvolvimento da Unidade Militar indicada a produzir bons resultados, quanto a divulgação dos seus trabalhos e para finalizar satisfazer os anseios da sociedade, que é de se manter informada da produtividade e comprometimento da Organização, que é prestadora de serviço, na área da Segurança Publica.

1.3.1 Mídia Tradicional

A publicidade tradicional caracteriza-se por aquelas que interrompem o cotidiano das pessoas, buscando captar sua atenção, aumentando assim o ibope e ela se caracteriza como sendo spots de rádio, outdoor, comerciais, mobiliários urbanos, anúncios em revistas, jornais, televisão, entre outros, possuindo a mesma, aspectos positivos e negativos no que tange ao processo de publicação de informações:

Por mais que a mídia digital seja atraente por ser moderna, a publicidade tradicional ainda é considerada a mais confiável. Segundo pesquisa do *IBOPE*, em 2014, 57% das pessoas declararam que assistem televisão. Assim, é certeza de que sua marca será vista. Outro ponto é que ela também pode ser segmentada. Você pode publicar um anúncio de cosméticos na seção de saúde de um jornal ou em uma revista do assunto. Dependendo do seu produto, pode anunciar em uma rádio voltada mais para o público jovem ou para as pessoas de mais idade (CINTRA, 2010, p.01).

Ainda sobre publicidade tradicional coloca-se que:

Por outro lado, a publicidade tradicional é cara, sendo a que mais consome verba de comunicação em uma empresa. Além disso, é uma via única, na qual a marca envia a mensagem, mas não sabe o que o consumidor achou; não há reciprocidade. Como o consumidor atualmente usa vários dispositivos ao mesmo tempo, fica difícil chamar sua atenção, pois ele pode estar assistindo televisão enquanto mexe no computador, celular, etc. Houve uma queda considerável em compradores e assinantes de jornais, o que torna a mídia cara e com poucas impressões, afinal, o jornal também tem uma vida útil baixa, sendo que no dia seguinte é dispensado. Por isso, fazer boas campanhas offline resultam em conversões. O anúncio precisa indicar o consumidor a visitar o site, conhecer a loja, algo que desperte a atenção. Para marcas que tem uma oferta, liquidação, o comercial em TV pode ser bom, uma vez que impacta muitas pessoas. Assim, vai da

necessidade de cada anunciante, anunciar na mídia tradicional ou mídia digital (CINTRA, 2010, p.01).

As inovações tecnológicas vivenciadas em um contexto de “sociedade informacional” e a ampliação da utilização no contexto local propiciaram o aprofundamento da pesquisa e a identificação dos aspectos positivos e negativos, na utilização das redes sociais, pela força policial em uma visão de trabalho preventivo, limitado ao escopo da pesquisa e dentro de um período temporal.

1.3.2 Mídia Digital

É um meio de comunicação recente onde os usuários se comunicam por meio das redes e mídias sociais, ou seja, há um intercâmbio de pessoas através da internet, sendo que a mídia digital apresenta alguns fatores positivos e outros negativos em relação a mídia tradicional e os fatores positivos são comunicação instantânea, pois as pessoas conversam em tempo real de forma imediata; os custos para esse tipo de comunicação são baratos, haja vista, que a pessoa para se comunicar precisa somente de internet, computador ou outro meio como celular, etc, para que a comunicação ocorra; ela propicia uma apuração objetiva dos resultados, ou seja, é possível medir de imediato as participações e o público que foi alvo daquela divulgação e por fim ela proporciona mais espaço e tempo para as conversas e publicações, fator este que a mídia tradicional não consegue muitas da vezes atribuir.

A publicidade online é uma estratégia de marketing digital que conquistou anunciantes, pois é considerada barata. Anúncios em sites, com banners, por exemplo, são muito mais baratos que o outdoor, sendo que a empresa pode fazer testes, colocando mais de um anúncio no ar e pagando apenas pelos cliques recebidos. Além disso, as redes sociais se tornaram uma forma de gerar mais consumidores, através do relacionamento. Os Links Patrocinados funcionam de acordo com lances em palavras-chaves, sendo anúncios que podem ser segmentados de acordo com a busca do usuário. O anunciante ainda pode escolher região, dias e horários para exibir seu anúncio, evitando cliques que não vão gerar conversão (CARDOSO, p.01, 2016).

Como fatores negativos da mídia digital: a exposição de dados, uma vez que temos hoje algumas dificuldades em controlar essas informações, inclusive há também uma ausência de leis para regulamentar algumas circunstâncias; outro fator seria a disseminação de informações falsas, algo que pode acarretar diversos problemas, por isso temos que ter uma postura comedida com relação as mensagens que se encontram na internet; a procrastinação é outro fator negativo, pois as vezes quando estamos procurando uma informação sobre algo, podemos nos perder em outros assuntos e o que realmente estávamos por descobrir fica de lado e com isso perdemos tempo e por fim temos os riscos de informações empresariais vazar trazendo sérios riscos financeiros para a mesma.

1.4 As redes sociais como parceiras da segurança pública e da polícia militar

As redes sociais, tal como ressalta Cosas (2011), foram criadas, muito antes da existência da internet. Porém, a rede mundial de computadores facilitou a sua propagação, quando pessoas e empresas criaram os sites de relacionamentos denominados “redes sociais”. De acordo com Ugarte (2009), a internet potencializa o funcionamento da rede, funcionando, como plataforma de auxílio (RECUERO, 2011).

Ainda, segundo Costas (2011), rede social é uma conexão de pessoas de forma não estruturada e não hierárquica, que visa o compartilhamento de informações, valores e objetivos em comum. A rede social é então definida pelo conjunto de dois elementos: o primeiro as pessoas, instituições ou grupos e o segundo as suas conexões interações, relação ou laços sociais.

O Facebook é o maior exemplo de rede social que propicia a interação dos usuários. Trata-se, nos dias de hoje, da rede social mais influente da rede mundial de computadores, hospedando a página de rosto de mais de 1 bilhão dos habitantes da terra (FOLHA DE SÃO PAULO, 2015).

Facebook é uma rede social lançada em 04 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Facebook Inc. Em 04 de outubro de 2012, o Facebook atingiu a marca de 01 bilhão de usuários ativos, sendo por isso a maior rede social em todo o mundo. O nome do serviço decorre o nome

coloquial para o livro dado aos alunos no início do ano letivo por algumas administrações universitárias nos Estados Unidos para ajudar os alunos a conhecerem uns aos outros. O Facebook permite que qualquer usuário que declare ter pelo menos 13 anos possa se tornar usuário registrado do site.

Um estudo de janeiro de 2009 do Compete.com classificou o Facebook como a rede social mais utilizada em todo o mundo por usuários ativos mensais.

Em 21 de julho de 2016, o Facebook fez seu primeiro voo com drone que deve levar internet a todo o mundo. O modo escolhido por Zuckerberg e sua equipe para tentar levar a web a um público que, hoje, está offline, foi apostar em equipamentos voadores alimentados por energia solar, e depois de meses de testes com modelos menores, a empresa finalmente realizou o primeiro voo de seu drone Aquila (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Facebook>).

O WhatsApp Messenger, por sua vez, é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos, mensagens de áudio de mídia, e na nova atualização podem ligar para qualquer contato de sua agenda que possua WhatsApp.

WhatsApp Messenger é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos em PDF, além de fazer ligações grátis por meio de uma conexão com a internet. Competindo com uma série de serviços com base na Ásia, o WhatsApp cresceu de dois bilhões de mensagens por dia em abril de 2012 para dez bilhões em agosto do mesmo ano. De acordo com o Financial Times, o WhatsApp "tem feito para SMS em celulares o que o Skype fez para chamadas internacionais em telefones fixos". Em setembro de 2015, o aplicativo alcançou a marca dos 900 milhões de usuários ativo. No Brasil, a troca de mensagens instantâneas é um dos principais usos dos aparelhos móveis, como celulares ou smartphones: 83,3% dos lares monitorados pela Kantar disseram usar aplicativos de mensagens instantâneas em 2016, aumento de 9,8 pontos percentuais em relação ao ano (<https://pt.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>).

Agora apresenta-se o Instagram:

Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr. O Instagram foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançado em outubro de 2010. O serviço rapidamente ganhou popularidade, com mais de 100 milhões de usuários ativos em abril de 2012. O serviço foi adquirido pelo Facebook em abril de 2012 por cerca de 1 bilhão de dólares em dinheiro e ações (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram>).

O monitoramento de redes sociais e da internet deve ser visto como uma importante ferramenta de trabalho e de auxílio na gestão policial. Os órgãos que compõem a segurança pública assim como e as grandes instituições devem buscar soluções estratégicas e inteligentes. Obter informação, analisar e saber utilizá-la são processos importantes para qualquer instituição que pense estrategicamente e queira se manter atualizada e com a vantagem da antecipação de atos e ações.

Portanto, o acesso às redes sociais é uma realidade muito presente no cotidiano dos brasileiros, que tem mudado a maneira de interagir, principalmente no que se refere ao lugar, espaço e forma de compartilhamento de informações. Nesse sentido, sua aplicação na atuação da Polícia Militar pode servir como uma ferramenta para fortalecer a relação entre as polícias e as comunidades.

No Brasil, as Polícias Militares vêm adequando-se aos novos padrões das mídias sociais, fazendo uso dessas ferramentas de forma a dinamizar o exercício da atividade policial. Um exemplo disto é a Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro (PMERJ), que vem investindo nas redes sociais em busca de uma forma de se aproximar da população, de melhorar sua imagem e de criar novos canais para denúncias. Isso inclui páginas no Facebook, contas no Instagram e números de WhatsApp para os batalhões (PUFF, 2015).

Iniciado no começo de 2015, com a criação da página oficial da PMERJ no Facebook, o movimento rumo às mídias sociais começou a se espalhar pelos 39 batalhões de todo o Estado, 38 Unidades de Polícia Pacificadoras (UPPs) da capital e demais unidades (que juntas somam mais de 100). Prisões e operações especiais realizadas a partir de denúncias feitas pelas redes ou pelo WhatsApp, além da alteração da rotina policial em alguns locais, já ocorreram (PUFF, 2015).

Em Teresópolis, na serra fluminense, a ferramenta tecnológica tem sido o WhatsApp. O número do 30º Batalhão de Polícia no aplicativo circula no vidro traseiro de 115 ônibus e é veiculado por 15 segundos antes dos trailers nos cinemas da cidade, além de ser divulgado pelas redes sociais da polícia e pela imprensa local (PUFF, 2015, p.89).

Há outros exemplos, em que o uso do aplicativo WhatsApp serviu de meio auxiliar no policiamento:

Um grupo criado por um policial militar do Pelotão de Patrulhamento Tático (PPT) do 8º BPM, de Joinville, fez o uso do aplicativo, do qual 50 policiais fazem parte, e isso ajudou o PPT do 17º BPM a prender um foragido da justiça (PMSC, 2015, p.89).

Apesar dos exemplos bem-sucedidos de uso do WhatsApp pela PMSC, constata-se que a interação com a comunidade por meio do aplicativo é praticamente nula. Não se tem registro de grupos de conversa no aplicativo entre policiais e comunidade. Os grupos se restringem à presença de policiais.

Constata-se que a PMGO já vem se utilizando das redes sociais como forma de divulgar atividades e principalmente proporcionar a comunicação entre os policiais e com a sociedade. A interação com a comunidade é o ponto mais crucial e sensível para o sucesso da filosofia da Polícia Comunitária nas redes sociais. “Os projetos de mídia social terão dificuldade para cumprir seus próprios objetivos, a menos que a polícia estabeleça uma presença mais interativa, envolvente e sensível nas mídias sociais” (KELLY, 2013).

Embora existam riscos reais para uma organização engajar-se online, esses riscos são superados pelos benefícios de envolver os cidadãos em um nível de aproximação sem precedentes. À medida que mais pessoas optam por ingressar nas redes sociais, torna-se cada vez mais necessária a presença da polícia nesses canais, ou enfrentar as consequências de estar onde a sociedade não está.

2 METODOLOGIA

O trabalho será realizado com pesquisa bibliográfica, computador, apostilas textos, atividades cotidianas, enfim tudo o que servir de apoio, bem como uma pesquisa de campo, sobre as mídias usadas pelo 2º BPM batalhão de Rio Verde – Goiás.
--

Constata-se que a pesquisa é um conjunto de abordagens, técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática e a pesquisa usada neste

artigo foi de sua importância para o direito, pois ao se basear em leis, jurisprudências, doutrinas, se faz uma pesquisa bibliográfica.

Com tudo isso que foi exposto afirma-se que a metodologia foi de grande valia, ao preparar o material para este estudo, é o que afirma “A Ciência é todo um conjunto de atitudes e atividades racionais, dirigidas ao sistemático conhecimento com objeto limitado, capaz de ser submetido à verificação” (LAKATOS; MARCONI;1991,p.102).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Utiliza-se no 2º BPM (Rio Verde) três Plataformas que são: Whatszapp, Facebook e Instagram, para a divulgação do trabalho operacional e administrativo no intuito de mostrar para a comunidade o comprometimento, com a causa da Segurança Pública e também, a preocupação em trazer sempre maior paz e tranquilidade social para sociedade local, mesmo com todos os percalços, que se enfrenta, na área da Segurança Publica que são: legislação penal arcaica, falta de uma política a nível federal, no que tange ao combate do trafico de entorpecentes e armas de fogo, ausência de uma política comprometida com o falido sistema prisional, um Estatuto da Criança e do Adolescente ultrapassado, falta de investimentos sérios, no que tange aos recursos humanos e materiais na área da Segurança Pública e diversas outras vertentes, que estão sempre trazendo dificuldades, para a realização do serviço de polícia preventiva, ostensiva, repressiva e investigativa.

Desta forma, focado em propagar cada vez mais o trabalho policial, de forma otimizada, busca-se compreender melhor sobre as mídias tradicionais, mídias virtuais e também o rol de plataformas empregadas no trabalho desta Unidade para difusão do trabalho operacional e administrativo, para que se possa trabalhar de forma qualificada as plataformas empregadas e com isso trazendo avanços para as mesmas, no intuito de alcançar sempre um público maior da região e poder gerar intercâmbio de informações, culminando, em um anseio que é de levar notícias ao maior número de receptores.

Contudo, buscando compreender melhor as Plataformas utilizados, pelo 2º Batalhão de Rio Verde – GO, e se houve avanços no quesito de alcance de publico,

então observa-se que no período de outubro de 2016 e 2017, as quantidades de publicações Institucionais, as participações dos internautas, quantidade de seguidores e outros fatores, para que se possa qualificar e quantificar se houve ou não progresso, neste tipo de ferramentas utilizadas, para propagar o trabalho naquele período, inclusive quais melhorias deve-se realizar para atingir um público cada vez maior.

Os vários aspectos, que levaram a investir e utilizar as redes e mídias sociais para divulgar trabalho do 2º Batalhão é o fato do custo ser baixo, as mensagens e informações serem instantâneas, é possível medir, de imediato e objetivamente o alcance de público e participações, sendo que a propagação do trabalho, por meio da mídia tradicional já fica inviável, uma vez que somente se tem acesso quando solicitado apoio para divulgação de algo importante ou quando se é convidados a dar uma resposta a comunidade, sobre alguma circunstância.

No ano de 2013 foi criado uma conta no facebook para atender ao público do 2º BPM, momento em que a conta se denominava PM GO, a qual nos dias atuais possui 671 seguidores e com base no que foi proposto neste trabalho, focando no mês de outubro de 2016 e 2017, percebeu-se que no mês de outubro de 2016, não haviam publicações do trabalho da Unidade e nem participações dos seguidores, haja vista, a falta de conhecimento e o empirismo para o manuseio desta ferramenta de grande valia, para a propagação das atividades da Corporação, inclusive o nome da conta não ajustava-se com o da Unidade em comento.

Deste modo, tal direcionamento e o seu estudo, constante na pesquisa, se mostram úteis por revelarem a necessidade de mudança cultural da Corporação, com o desprendimento de práticas ligadas ao momento histórico ultrapassado e que não se reflete na vontade da sociedade, que são os destinatários de seus serviços, bem como busca demonstrar a implantação de uma política pública prescindindo, de estudo teórico, vencendo, a prática do empirismo.

Já em setembro de 2017, criou-se uma nova conta no Facebook, denominada 2º batalhão de Polícia Militar de Goiás – Gama Cerqueira, com a intenção de reformular melhor a conta e melhor utilizar esta ferramenta, com o fim de alcançar o objetivo, que seria propagar o trabalho operacional e administrativo, fazendo assim, uma cultura positiva na comunidade, sobre as atividades cotidianas, desta forma,

observando que o mês de outubro 2017, percebeu-se que já ocorreu, uma grande evolução demonstrada, através dos seguintes dados abaixo mencionados:

Tabela 01 - Atividades do mês de outubro 2017.

Referencias da Conta do 2º BPM (Facebook)	Quantidade em outubro 2016	Quantidade em outubro 2017
Amigos/Seguidores	671	134
Publicações da Unidade	00	36
Pessoas Alcançadas	00	460
Curtidas	00	28
Comentários	00	12
Compartilhamentos	00	05

Fonte: 2º BPM de Rio Verde – Goiás.

No que tange ao Instagram foi criada uma conta em setembro de 2017, denominada 2bpmriooverdego, com o foco também, de utilizar esta ferramenta propagando ao público rio-verdense o trabalho do 2º Batalhão e no mês proposto para este trabalho, como referência de outubro 2016 e 2017, observar as seguintes informações, conforme tabela abaixo:

Tabela 02 – Atividades do mês de outubro 2017.

Referencias da Conta do 2º BPM (Instagram)	Quantidade em outubro 2016	Quantidade em outubro 2017
Seguidores	00	437
Publicações da Unidade	00	71
Curtidas	00	1.226
Comentários	00	28

Fonte: 2º BPM de Rio Verde – Goiás.

O 2º BPM utiliza também, uma importante Plataforma que é o WhatsApp para a divulgação e propagação do trabalho da indicada Corporação, uma vez que além dos contatos individuais, que podem ocorrer, por meio desta ferramenta, é também possível a formação de grupos, com várias pessoas, indivíduos estes que além de participarem dos grupos do Batalhão Gama Cerqueira, também podem estar participando de outros grupos particulares e com isso difundindo o trabalho do 2º

BPM para outros grupos e este fator gera um efeito cascata alcançando, uma grande gama de receptores que irão tomar ciência do trabalho apontado.

Para finalizar colocou-se em prática os conhecimentos adquiridos sobre redes e mídias sociais, com isso fomentando e aprimorando estas ferramentas que estão sendo utilizadas no 2º BPM e quiçá implementando novas Plataformas, na busca pelo axioma, que é de difundir o trabalho operacional e administrativo da Corporação examinada a um público local cada vez mais abrangente, e com isso criar uma cultura na comunidade, que realmente entenda o trabalho policial, compreenda a preocupação e o comprometimento com a causa da segurança pública, conhecendo as dificuldades, mas que por fim esteja próxima, para otimizar cada vez mais as ações da polícia militar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados a serem gerados pelo projeto contribuirão sobremaneira, e em caráter inédito, para o aumento da eficiência de utilização de redes e mídias sociais usados pela PMGO. Além disso, o desenvolvimento deste projeto consolidará e aprofundará os conhecimentos na área da tecnologia de mídias aplicáveis ao potencial regional e aperfeiçoará a forma com que a informação é repassada à sociedade.

O estudo buscou identificar as contribuições que as redes sociais podem oferecer para potencializar a interlocução da PMGO com a sociedade, evidenciando a possibilidade por envolver uma necessária mudança de ação por parte das forças policiais no sentido de possibilitar a colaboração da sociedade em seus serviços, como pela capacidade que as redes sociais possuem para estabelecer canais de comunicação ainda pouco explorados no campo da segurança.

Assim, o uso das redes sociais pelos Governos e particularmente pelas instituições que atuam na área de segurança pública é algo que os tempos modernos mostram como fundamental e de máxima importância para atender às expectativas da sociedade. Muito embora a maioria das organizações policiais tenha perfis nas redes sociais, poucas usam a potencialidade total dos seus serviços; em

parte devido às preocupações com recursos, reputação, responsabilidade e, até mesmo, pela inexperiência e falta de foco estratégico em relação ao uso das redes sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BBC Brasil. **PM do Rio aposta em Whatsapp e Facebook para denúncias e lança manual para as redes.** Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150706_pm_rio_face_jp. Consultado em 26 de outubro de 2017.

BEATO FILHO, C. C. **Informação e desempenho policial. Teoria e Sociedade.** Belo Horizonte, v.7; p.117-150, 2001.

CARDOSO, Samira. **A Diferença entre Mídia Social e Rede Social**, 2016. Disponível em: <http://dicassociais.com.br/2016/02/midia-social-e-rede-social-qual-a-diferenca/>. Acesso em: 28 de novembro de 2017.

CINTRA, André. **Mídia Tradicional ou Mídia Digital: qual a melhor?** 2010. Disponível em: <http://www.postdigital.cc/blog/artigo/midia-tradicional-ou-midia-digital-qual-a-melhor>. Acesso em: 28 de novembro de 2017.

CRIAÇÃO DO FACEBOOK. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Facebook>
Acesso em: 28 de Novembro de 2017.

CRIAÇÃO DO WHATSAPP. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>.
Acesso em: 28 de Novembro de 2017.

CRIAÇÃO DO INSTAGRAM. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Acesso em: 28 de Novembro de 2017.

COSAS, Leandro. **O que são redes sociais e mídias sociais.** 2011. Disponível em: <http://www.midiatismo.com.br/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>
Acesso em: 25 out. 2017.

DE CARVALHO, Vilobaldo Adelídio et al. **Política de segurança pública no Brasil: avanços, limites e desafios**. Revista Katálysis, v. 14, n. 1, p. 59-67, 2011.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Facebook supera estimativa de receita de analistas; usuários já são 1,4 bi.** 2015. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/01/1581963-facebook-supera-estimativa-de-receita-de-analistas-usuarios-ja-sao-14-bi.shtml>. Acesso em: 25 out. 2017.

FREIRE, Moema Dutra. **Paradigmas de segurança no Brasil: da ditadura aos nossos dias**. Revista Aurora, v. 3, n. 1, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GUERRA, Sidney. [et al] **A participação popular na segurança pública Rio de Janeiro**, São Paulo: Ed. Ática, 2008.

KELLY, A. **Neighbourhood Watch for the Facebook generation: The impact of the NSW Wales Police Force's Project Eyewatch strategy on public confidence in policing. Honours Dissertation submitted to Charles Sturt University School of Communication and Creative Industries.** 2013. Disponível em: lawscommunications.com/why-police-should-be-on-facebook-les. Acesso em: 25 out. 2017.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. [trad. Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. São Paulo: Ed. Ática, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A.: **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

MACHADO, Joicemegue Ribeiro; TIJIBOY, Ana Vilma. **Redes Sociais Virtuais: um espaço para a efetivação da aprendizagem cooperativa. Novas Tecnologias na Educação**, v. 3, n. 1, maio 2005. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/renote/article/view/13798>. Acesso em: 26 out. 2017.

MARTINS, Humberto Falcão; MARINI, Caio. **Governança Pública Contemporânea: uma tentativa de dissecação conceitual**. Revista do TCU, n. 130, p. 42-53, 2014.

PMSC - **Polícia Militar de Santa Catarina**. Disponível em: <http://www.pm.sc.gov.br/>
Acesso em: 28 out. 2017.

PUFF, Jefferson. **PM do Rio aposta em Whatsapp e Facebook para denúncias e lança manual para as redes**. 2015. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150706_pm_rio_face_jp. Acesso em: 25 out. 2017.

RECUERO, Raquel. **Considerações sobre a Difusão de Informação em Redes Sociais na Internet**. In: VIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL. Anais... Passo Fundo – RS, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0464-1.pdf>. Acesso em: 26 out. 2017.

UGARTE, D. **El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados alciberactivismo**. 2009. Disponível em: www.uruguaypiensa.org.uy/andocasociado.aspx?517,1145. Acesso em: 26 out. 2017.